Ruth Harf
ruthharf@gmail.com
www.cefcon.com.ar

CULTURA E IDENTIDAD COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN: ¿DÚOS POSIBLES?

CULTURA INSTITUCIONAL

HABLEMOS DE CULTURA

- Regula actividad humana. Modos de habitar, siempre y en todas partes.
- Valores, creencias y posturas
- Representaciones compartidas por sus “habitantes”. Dan sentido y significado a los actos perceptibles.
- Se manifiesta en actos concretos: lenguaje empleado, modo en el cual se emplean espacios, tiempos y objetos.

CULTURA INSTITUCIONAL

- Cada escuela tiene cultura propia, idiosincrasia, estilo de funcionamiento.
- Modos particulares de ser y estar en cada institución
- Incluye conjunto de ideas, valores, representaciones y actitudes compartido por los miembros.
- Basada en concepciones de educación, escuela, sociedad, estudiante, educador, ciudadano.

CULTURA INSTITUCIONAL

- Red entretejida de creencias, rituales, mitos, tradiciones, representaciones que sustentan y legitiman "un modo de pensar y de hacer" las prácticas educativas.
- Proporciona marcos interpretativos y esquemas de acción que orientan conductas y permiten otorgar significado y sentido a sus acciones

¿UNA CULTURA PARA TODOS?

- No hay neutralidad: cómo se atribuyen y distribuyen espacios, tiempos, objetos y actividades, no responden únicamente a razones "pragmáticas o utilitarias" sino a sistemas de creencias, valores y opciones ético-ideológicas.
- Es invisible, está implícita: se infiere en acciones y actos concretos
- Cada persona trae su propia cultura vital y se encuentra con otras personas con similares o distintas culturas de origen; y se debe adecuar a los modos de ser y habitar de una institución.

¿CULTURA COMPARTIDA?

- Puede ser origen y fuente de discrepancias y conflictos al tener su origen en diversidad de posturas, concepciones y acciones de los actores institucionales
- Se debate entre actitudes negativas (“resistencia al cambio”) y actitudes aparentemente opuestas al cambio, pero que se pueden entender como necesidad de “preservación de la idiosincrasia”

CONSTRUYENDO LA CULTURA INSTITUCIONAL

- Implica un sistema de significados compartidos, todos otorgan significados semejantes a lo que sucede en ella, no necesariamente acuerdos totales
- Convive con subculturas: el nivel en el cual se trabaja, el turno, los compañeros, etc, que coexistan en un clima de convivencia armónica.
- Construcción de identidad y cultura institucional, mediante pertenencia y compromiso.

8

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

¿Y LA IDENTIDAD DONDE ESTÁ?

- Existencia de determinadas características que hacen a cada institución única y diferenciada de otras instituciones
- Sus miembros comparten motivaciones, creencias, valores, modos de actuar, costumbres y actitudes
- Componente esencial: la memoria histórica, brinda elementos que dan particularidad y diferenciación.
- Integra, relaciona experiencias pasadas (memoria) con las acciones posibles en el presente y la prospectiva hacia el futuro

¿IDENTIDAD EN PROCESO?

- La identidad de una institución no es algo dado de una vez y para siempre, es construcción constante, con cambios y permanencias, avances y retrocesos
- No puede comprenderse separada de la idea de identidad individual
- Remite directamente a la representación que cada uno tiene sobre sí mismo en tanto interactuando con Otros.

¿CAMBIA LA IDENTIDAD?

- No son flores de un día las que definen la identidad, sino aquellas que tienen un cierto grado de estabilidad dentro de la fluidez de la vida institucional
- Se muestra con mayor fuerza cuando se perciben "ataques" contra ella
- Como la identidad personal: requiere tiempo y no se detiene.
- Identidad cultural y cultura institucional: producto del proceso de historia institucional

ENTRE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN

COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

- Comunicación: acento en relaciones vinculares entre personas, y las interacciones en la institución.
- Información: acento en dos aspectos:
    - cómo darle la “forma” más pertinente a nuestros propósitos
    - cómo asegurar que la distribución sea la adecuada.

COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

- Comunicación: relaciones interactivas producidas con reciprocidad, con intención de "cambiar" o "afectar" el comportamiento del otro.
- Información: transmisión más o menos estructurada. Remite a un emisor activo, en un solo sentido

DIMENSIONES DE ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN

1. El de la información o contenido.
2. El de la relación.
   - Puede haber interferencias y contradicciones entre ambos.
   - El desacuerdo en uno de los dos planos afecta las posibilidades de acuerdo en el otro.
   - Problemas: “inadecuada distribución de información”, “mala comunicación”.

EJES SALIENTES

- Importancia del significado que se construye a partir de las acciones de los implicados en el proceso.
- El significado atribuido al mensaje es sólo uno entre los muchos posibles.
- Palabras o gestos: no trasmiten significados, sino que más bien los provocan.

EJES SALIENTES

- “Proceso de emisión-recepción”: Definición válida en tanto recorte artificial de un sistema más amplio, en el que todos son al mismo tiempo emisores y receptores.
- Todo emisor y receptor se incorporan a un sistema comunicacional, que transforman al incorporarse.

COMUNICACIÓN COMO SISTEMA

- Sistema, variable constante: “preexiste”, “coexiste” y “post-existe” a los participantes.
- No es un proceso que recién comienza cuando uno se dirige a otro.
- La comunicación en tanto sistema ya está funcionando, ya está instalada. Nos insertamos en ella.

COMUNICACIÓN COMO INTERACCIÓN SOCIAL

- Necesidad de tomar en consideración características propias y ajenas, y contextos.
- El significado no siempre es el mismo para todos.
- “Modalización del discurso”: manera de ser dichas las cosas, de acuerdo con personas, temática, contexto, para que se cumplan objetivos.

REGLAS DE JUEGO DE LA COMUNICACIÓN

REGLAS DE JUEGO DE LA COMUNICACIÓN

- Toda conducta humana, cuando es realizada en "presencia" de otros, produce comunicación.
- No se puede evitar que los demás asignen un significado –no importa cuál- a nuestra conducta (incluida pasividad, o no-conducta).
- Participamos en la comunicación con toda nuestra conducta

REGLAS DE JUEGO DE LA COMUNICACIÓN

- No se puede vivir unos al lado de otros sin participar en un proceso de comunicación.
- Inherente a la situación de co-presencia.
- Tomamos cualquier aspecto de la conducta de los demás como base para construir nuestros propios significados.

REGLAS DE JUEGO DE LA COMUNICACIÓN

- Tanto la actividad como la inactividad, las palabras como el silencio, tienen valor informativo, puesto que influirán de algún modo sobre los demás y propiciarán que adopten uno u otro curso de acción.
- En sentido estricto pues, no hay forma de no comunicarse.

ASIMETRÍA EN LA RELACIÓN COMUNICATIVA

- Considera diversidad en los roles; directivo – docente; padres – hijos, etc.
- Se debe ser capaz de ver el mundo como lo ve la persona desde el otro rol.
- Al mismo tiempo, necesita la distancia suficiente para no ver el mundo exclusivamente desde un punto de vista particular.

ASIMETRÍA EN LA RELACIÓN COMUNICATIVA

- Requiere, alternativamente, cercanía y distancia.
- Distancia: para operar con distinciones que permitan destacar su singularidad.
- Aproximación: para conocer los detalles y establecer relaciones entre ellos.

TEXTO, CONTEXTO Y DEFINICIÓN DE LA RELACIÓN

TEXTO Y CONTEXTO

- Todo contexto es un texto en sí mismo.
- Problema: incoherencia entre texto y contexto.
- Contexto: es lo primero que ayuda a entender (o anticipar) el texto a trasmitir o cómo emitir aquello que se quiere que sea comprendido.

DEFINICIÓN DE LA RELACIÓN

- La relación es de rol a rol: ambas partes definen la relación.
- Todo el tiempo estamos definiendo la relación con el otro.
- El modo como se va respondiendo a la comunicación es como se va definiendo la relación.
- Distancia Optima; relacionada con el contexto cultural.

CANALES DE COMUNICACIÓN

- Proceso por medio del cual se traslada, circula, la información.
- El canal es el "cómo", el “por dónde”.
- Canal Formal
  - Canal Formal Ascendente
  - Canal Formal Descendente
- Canal Informal
  - Canal Informal Positivo
  - Canal Informal Negativo
    - “Liviano”
    - “Pesado”

LA INFORMACIÓN EN LAS INSTITUCIONES

INFORMACIÓN EN LAS INSTITUCIONES

- Hace referencia al “mensaje”. Es el "qué".
- Implica darle una forma, un significado a algo, es enterar a alguien de algo.
- No todos los datos son automáticamente información institucional, relevante para el funcionamiento institucional.

TIPOS DE INFORMACIÓN

- Información relevante, necesaria para poder realizar acciones.
- Información irrelevante, superflua, redundante.
- Información reservada, en función de los roles: no todo puede ser considerado información necesaria para todos, o información pública.
- Ocultamiento de información

TIPOS DE INFORMACIÓN

- Información privada.
- Información institucionalizada.
- Desinformación: información engañosa.
- Poder comprender la diferencia entre estos tipos de información permitirá a los miembros definir qué hacer con la información que se posee o se debería poseer.

CIRCULACIÓN DE LA INFORMACIÓN

DISTRIBUCIÓN DE LA INFORMACIÓN

- Toda información, por su propia naturaleza tiende a deformarse e incluso anularse al circular. Es “lo natural o normal”.
- ¿Cómo evitar los efectos negativos de esta “ley natural”?
- ¿Cómo evitar o disminuir la posibilidad de que la información se pierda, se “rompa”, no llegue a destino, pierda claridad o se torne ambigua?

RECAUDOS

Redundancia:

- No es repetir siempre lo mismo – lo cual provoca cansancio y hasta rechazo – sino que es repetir lo mismo de modos diversos.
- Ejemplo: Notas formales, avisos en carteleras, decirlo a los participantes, enviar correos electrónicos e incluso hablar por teléfono.

RECAUDOS

Control:

- Ejercer función de contralor durante el proceso de distribución de información.
- Mecanismo habitual: la notificación. Se notifica de una información firmando.
- A menudo: la firma no garantiza que el destinatario se haya apropiado de la información.
- A menudo: simplemente acuse de recibo de que la información existe, no de que se la recibió y leyó.

"Tenemos palabras para vender,
palabras para comprar,
palabras para hacer palabras.
Vayamos juntos a buscar
las palabras para pensar.
Tenemos palabras para fingir,
palabras para herir,
palabras para hacer cosquillas.
Vayamos juntos a buscar
las palabras para pensar.
Tenemos palabras para llorar,
palabras para callar,
palabras para hacer ruido.
Vayamos juntos a buscar
las palabras para pensar."

Gianni Rodari

RUTH HARF
ruthharf@gmail.com
www.cefcon.com.ar

CENTRO DE FORMACIÓN
CONSTRUCTIVISTA
www.cefcon.com.ar

